

Aviso: [2026-06-24 19:57] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Hélia Gonçalves Pereira

Investigadora Associada

BRU-Iscte - Business Research Unit



Contactos

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| E-mail | helias.pereira@iscte-iul.pt |
| Gabinete | D4.31 |
| Telefone | 217650479 (Ext: 220746) |
| Cacifo | 110-B |

Currículo

Hélia Gonçalves Pereira is an Associate Professor of the Marketing, Operations and General Management Department at Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE-IUL. Hélia Gonçalves Pereira is Director of the Master in Hospitality and Tourism Management and of the Tour DC Msc (ERASMUS Mundus); Pos-Degree in Sales Management and Pos Degree in Top Management in Hospitality and Tourism.

She is Coordinator of the Marketing FutureCast Lab, an applied research lab in new trends in marketing. Her background is interdisciplinary, combining a BSc in Economics, a post Degree in European Studies, a MSc in Management and a PhD in Management with specialization in Marketing and several years as senior consultant in Price Waterhouse and Coopers. She has interests in consumer behaviour, internet marketing and social media and, as well, tourism marketing.

She was, between 2016 and 2019, member of the board (non-executive) of Turismo Fundos SGFII, S.A., a financial society that supports tourism and industrial projects.

Áreas de Investigação

Marketing Turístico

Marketing Digital

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|---|---------------|--------------------|---------|
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Doutoramento | Gestão | 2009 |
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Mestrado | Gestão de Empresas | 2003 |
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Pós-graduação | Gestão de Empresas | 1998 |
| Faculdade de Economia - UNL | Licenciatura | Economia | 1995 |
| Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL | Pós-graduação | Estudos Europeus | 1995 |

Atividades Profissionais Externas

| Período | Empregador | País | Descrição |
|-------------|-----------------------------|------|--|
| Desde 2014 | ENAM Moçambique | -- | Professor |
| 2012 - 2014 | Universidade Getúlio Vargas | -- | Professor |
| Desde 2012 | Marketing FutureCast Lab | -- | Coordenador do Conselho Científico |
| Desde 2010 | Viatecla | -- | Coordenação Científica Projecto Video For Travel |
| 2006 - 2008 | Universidade Lusófona | -- | Professor |
| Desde 2005 | INDEG-ISCTE | -- | Professor |
| Desde 2005 | INDEG-ISCTE | -- | Professor |
| 2002 - 2003 | ISCEM | -- | Professor |

Atividades Letivas

| Ano Letivo | Sem. | Nome da Unidade Curricular | Curso(s) | Coord |
|------------|------|---|----------|-------|
| 2020/2021 | 2º | Trabalho de Projecto em Gestão de Hotelaria e Turismo | | Não |
| 2020/2021 | 2º | Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo | | Não |

| | | | | |
|-----------|----|--|--|-----|
| 2020/2021 | 2º | Gestão do Turismo e do Lazer | | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo | | Não |
| 2020/2021 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Seminário de Investigação em Marketing | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Gestão de Serviços A Clientes | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Turismo e Mundos Urbanos | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo | Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Marketing e Inovação em Turismo | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Enoturismo e Negócio do Vinho | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Grandes Eventos e Gestão de Eventos | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Turismo Electrónico | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2019/2020 | 2º | Análise de Negócios Internacionais | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2019/2020 | 2º | Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Enoturismo e Negócio do Vinho | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Grandes Eventos e Gestão de Eventos | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Turismo Electrónico | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Seminário de Investigação em Marketing | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2019/2020 | 1º | Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media | Mestrado em Gestão de Novos Media; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Gestão de Turismo Internacional | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Análise de Negócios Internacionais | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Marketing Bancário | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2018/2019 | 2º | Marketing de Projetos | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Enoturismo e Negócio do Vinho | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Grandes Eventos e Gestão de Eventos | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Seminário de Investigação em Marketing | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo | Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo; | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2018/2019 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2018/2019 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2018/2019 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2018/2019 | 1º | Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media | Mestrado em Gestão de Novos Media; | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|--|--|-----|
| 2017/2018 | 2º | Análise de Negócios Internacionais | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Marketing de Projetos | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Não |
| 2017/2018 | 1º | Seminário de Investigação em Marketing | Mestrado em Marketing; | Não |
| 2017/2018 | 1º | Marketing | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2017/2018 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2017/2018 | 1º | Projeto de Gestão de Marketing 1 | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2017/2018 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2017/2018 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2017/2018 | 1º | Estratégia de Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Análise de Negócios Internacionais | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Marketing de Projetos | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|--|--|-----|
| 2016/2017 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Marketing Empresarial | | Não |
| 2016/2017 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia | Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia; | Não |
| 2016/2017 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Estratégia de Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 2º | Marketing Bancário | | Sim |
| 2015/2016 | 2º | Marketing de Projetos | | Sim |
| 2015/2016 | 2º | Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo | | Sim |
| 2015/2016 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial; | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Marketing Empresarial | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2015/2016 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2015/2016 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | Mestrado em Gestão de Empresas; | Não |
| 2015/2016 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia | Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia; | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Seminário 1 : Comportamento Financeiro das Famílias Portuguesas | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Estratégia de Marketing | | Sim |
| 2014/2015 | 2º | Marketing Bancário | | Sim |
| 2014/2015 | 2º | Marketing de Projetos | | Sim |
| 2014/2015 | 2º | Marketing_fd | | Sim |
| 2014/2015 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Sim |
| 2014/2015 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2014/2015 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Não |
| 2014/2015 | 1º | Marketing Empresarial | | Não |
| 2014/2015 | 1º | Seminário de Investigação em Gestão | | Não |
| 2014/2015 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Estratégia de Marketing | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Modelos de Negócio Digitais e Tendências de Marketing | Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|---|-----|
| 2014/2015 | 1º | Modelos de Negócio Digitais e Tendências de Marketing | Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2013/2014 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 2º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Tópicos de Estratégia de Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Gestão do Marketing | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Estratégia de Marketing | Mestrado em Marketing; | Sim |

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|---|--|-----------|----------|-------------|
| 1 | Diogo Filipe Marques dos Santos Rosa | O papel da comunicação digital na gestão de crise. O caso das Instituições de Ensino Superior durante a COVID-19 | Português | Em curso | Iscte |
| 2 | Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira | The effectiveness of the storytelling methodology in communicating cool brands | Inglês | Em curso | Iscte |
| 3 | Tomé Rodrigues | Impacto da Informação Háptica na Intenção de Compra Online | Inglês | Em curso | Iscte |
| 4 | Luis Sá | Marketing Relacional para as empresas brasileiras | Português | Em curso | Iscte |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|--|-------------------|---------------|--------|-------------|------------------|
|--|-------------------|---------------|--------|-------------|------------------|

| | | | | | |
|---|-------------------------------------|--|--------|-------|------|
| 1 | Cristina Maria Costa Abreu | Innovating in sustainable tourism: a nature-based tourism (NBT) business model | Inglês | Iscte | 2024 |
| 2 | Mónica Montes Mendes Rocha Ferreira | HUMAN-ARTIFICIAL INTELLIGENCE ENGAGEMENT EXPLORING THE PERSPECTIVES OF USERS AND TOURISM MANAGERS | Inglês | Iscte | 2022 |
| 3 | Li Dacan | The construction and application of brand value evaluation model for China's pharmaceutical industry | -- | Iscte | 2019 |

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|--|--|--------|-------------|------------------|
| 1 | Rui Manuel de Olim | Plano de Negócios: Madeira Heritage Boutique Hotel | Inglês | Iscte | 2021 |
| 2 | Abigail Gaspar Gonçalves Fernandes | A resposta da audiência a diferentes Programas de Referência por Recompensa em Sites de Redes Sociais | Inglês | Iscte | 2021 |
| 3 | Raquel Maria Freitas Pinheiro | A influência do Marketing de Experiências na satisfação do turista, compra, recompra e fidelização: o caso da Ilha da Madeira | Inglês | Iscte | 2021 |
| 4 | Carlos Ubaldo Sevilla Castillo | Meios de Comunicação Social e Marketing Digital para Promoção de Destino e Branding: O Estudo de Caso da Campanha "The Can't Skip Portugal". | Inglês | Iscte | 2021 |
| 5 | Inês Antunes Serras | O Impacto da Experiência na Lealdade às Marcas de Vinho na Indústria de Vinho Portuguesa. | Inglês | Iscte | 2020 |
| 6 | Mariana Martins Rebelo | Alojamento Local e os Millennials: Os determinantes que influenciam a escolha de alojamento | Inglês | Iscte | 2020 |
| 7 | Maria Martinho da Silva de Lemos Pires | O Impacto de Assistentes Pessoais Virtuais como Canais de Compra na Lealdade do Consumidor | Inglês | Iscte | 2020 |
| 8 | Catarina Quintas Nunes | Marketing Verde e os Consumidores Conscientes em Portugal | Inglês | Iscte | 2019 |
| 9 | Micaela Andreia Cabral Constantino | Como é que as redes sociais podem influenciar a lealdade dos consumidores | Inglês | Iscte | 2019 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-------|------|
| 10 | Guilherme Caeiro de Matos | Repensar a estratégia de comunicação da União Europeia - O papel das plataformas digitais na promoção de uma cidadania activa | Inglês | Iscte | 2019 |
| 11 | Marina Sevilha Balthazar dos Santos | Ultrapassar Barreiras no Encaminhamento para Cuidados Paliativos ? O Papel das Estratégias de Marketing | Português | Iscte | 2019 |
| 12 | Catarina Isabel Neves Pereira da Silva | Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham? | Inglês | Iscte | 2019 |
| 13 | Mónica Correia Cardoso Coelho Santos | A EXPERIÊNCIA OMNICANAL DA GERAÇÃO Z NAS LOJAS @COSMETICS | Português | Iscte | 2018 |
| 14 | Mariana Ventura Rodrigues | New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector | Inglês | Iscte | 2017 |
| 15 | Jorge Miguel Vicente de Campos Máximo | Olisipiadas - Estudo de Caso sobre a Criação da Marca de um Programa Desportivo Municipal | Português | Iscte | 2017 |
| 16 | Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça | New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere | Inglês | Iscte | 2017 |
| 17 | Bernardo Antunes de Almeida | RELEVÂNCIA DO "PARQUE DAS NAÇÕES" PARA A DINÂMICA DO TURISMO NA CIDADE DE LISBOA | Português | Iscte | 2017 |
| 18 | Ana Carolina Monte Rocha Baltazar Coelho | A Intenção de Compra nas Marcas no Facebook | Português | Iscte | 2017 |
| 19 | Inês de Oliveira Rodrigues | Marcas de Luxo num Contexto Digital - Exclusividade VS Diferenciação. Caso Furla | Português | Iscte | 2017 |
| 20 | Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista | The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector | Inglês | Iscte | 2017 |
| 21 | Mafalda dos Santos Simões | New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector | Inglês | Iscte | 2017 |
| 22 | Dharmite Tushar Narendra | The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal | Inglês | Iscte | 2017 |
| 23 | Marta Gil da Silva Araújo | Comportamentos do Consumidor e a Relação com o Turismo Criativo: Requalificação das Regiões Centro Interior de Portugal | Português | Iscte | 2016 |
| 24 | Anders Juul Nielsen | The consumer-brand relationship paradox | Inglês | Iscte | 2015 |
| 25 | Mille Nielsen | The Influence of Product Type, Humor Type, Brand Attitude, and Gender on Humour Effectiveness in ADS | Inglês | Iscte | 2015 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-------|------|
| 26 | Rita Margarida Rolin Pires | Intenção de Compra Online nos Sêniores Portugueses | Português | Iscte | 2014 |
| 27 | José Carlos de Melo Pinto Martins | Ferramentas de Marketing Digital no Sector Hoteleiro em Portugal: Influência ou Confluência | Português | Iscte | 2014 |
| 28 | Maria João Sousa Inácio dos Santos | An E-Portrait of International Business Schools' Strategy | Inglês | Iscte | 2014 |
| 29 | Paulo Filipe Figueiredo Nunes | The Relationships Between Portuguese Banks and their Customers in a Recessionary Context | Inglês | Iscte | 2014 |
| 30 | Teresa Isabel Damião dos Reis | NInfluência do Preço e Ações Promocionais no Valor Percecionado da Loja de Retalho | Português | Iscte | 2014 |
| 31 | Hugo Miguel Fidalgo Ferreira | A Study About E-WOM on an Economic Crisis Context: The case of telecommunications | Inglês | Iscte | 2014 |
| 32 | Noor-Ayn Sacoor | The Impact of the Economic Crisis on Portuguese Consumer Behaviour - The automobile sector | Inglês | Iscte | 2014 |
| 33 | Joana Abreu Machado Barata Gorgueira | The Effects of an Economic Downturn on Portuguese Families Purchase and Consumption: An application to the tourism sector | Inglês | Iscte | 2014 |
| 34 | Nuno Tiago de Figueiredo Cardoso | The Influence of Social Media in the Purchase Decision Process - The case of portuguese energy consumers | Inglês | Iscte | 2014 |
| 35 | Maria Joana Magalhães de Pinho | Fashion and Beauty Advertising Models 'Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention | Inglês | Iscte | 2013 |
| 36 | António Filipe Esteves Miguel Carvalho | The Effects of Celebrity Endorsement on Consumers Purchasing Intentions | Inglês | Iscte | 2012 |
| 37 | Ana Rita Bendada da Silva | O Papel do Marketing Relacional na Internet. | Português | Iscte | 2009 |

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|----------------------|--|--------|-------------|------------------|
| 1 | Maria Coroado Santos | Melhorar a imagem da marca na mente dos consumidores e melhorar o posicionamento da marca em poupança e investimentos, num mundo digital | Inglês | Iscte | 2021 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-------|------|
| 2 | Margarida Silva Gonçalves | O Impacto do Covid-19 na Gestão de Eventos: Como é que as empresa podem utilizar as Redes Sociais para fazer face à Pandemia. Plano de Redes Sociais para a RConcept | Inglês | Iscte | 2021 |
| 3 | Maria Garcia de Jesus | A Transformação Digital da Indústria Bancária: Caso da Caixa Geral de Depósitos | Inglês | Iscte | 2021 |
| 4 | Bernardo Maria de Siqueira de Almeida Tarouca Rôxo | Turismo de Surf na Ericeira - A inovadora oferta do Selina Boavista Ericeira | Português | Iscte | 2020 |
| 5 | Ana Sofia Félix Pires | DESENVOLVIMENTO DE UMA LOJA ONLINE PARA COMÉRCIO DE COSMÉTICOS EXCLUSIVOS DO CANAL FARMÁCIA | Português | Iscte | 2020 |
| 6 | João Dias do Rosário Pinto | Recuperar o Turismo - O Município de Sintra | Inglês | Iscte | 2020 |
| 7 | Sara Vanessa Fernandes Costa | Como as empresas multinacionais com mais de 100 anos de vida conseguem adaptar a sua estratégia à evolução do canal digital e do comércio online? - Um estudo de caso da Philips Portuguesa S.A | Inglês | Iscte | 2020 |
| 8 | Cátia Sofia Ladeira Amorim | Plano de Marketing: Sistematização de um Plano de Ação como Proposta de Valor no Desenvolvimento da INAPA Packaging | Português | Iscte | 2019 |
| 9 | Rute Alexandra Fonseca Serra | Como criar valor através da experiência: Uma proposta APIVITA | Português | Iscte | 2019 |
| 10 | Pedro Miguel Francisco Ferreira | Plano de Marketing TEVA ? OTC | Inglês | Iscte | 2019 |
| 11 | Patrícia Alexandra Leal de Oliveira Leal | Criação de um plano de marketing para empresas empreendedoras de crescimento rápido - Caso Science4you | Português | Iscte | 2019 |
| 12 | Carlos Jorge da Costa Alves | Projeto de empresa - Plano de Marketing - OTCs YF | Português | Iscte | 2019 |
| 13 | Rita Lourenço de Sousa | Como tornar startups inovadoras em negócios de sucesso: o caso da Techperks | Inglês | Iscte | 2019 |
| 14 | André Marques Travassos | Porquê e de que maneira o Greenwish reposicionou-se e afirmou-se como um restaurante "verde" | Inglês | Iscte | 2019 |
| 15 | Rodrigo Vieira Castilho | MEDIÇÃO DA PERFORMANCE DO MARKETING DIGITAL: COMO É QUE BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO DE PERFORMANCE DO MARKETING PODEM AUMENTAR A PERFORMANCE DAS EMPRESAS - O CASO DA FORALL PHONES | Inglês | Iscte | 2019 |

| | | | | | |
|----|--|--|-----------|-------|------|
| 16 | Konstantin Brehm | O futuro de comércio de moda online - Como pode a Zalando SE alavancar o seu posicionamento de mercado e progresso tecnológico de forma a tornar-se o retalhista de moda online número um da Europa? | Inglês | Iscte | 2019 |
| 17 | Célia Marina Lopes Cabral | O impacto das redes sociais na reputação das organizações em contexto B2B. | Português | Iscte | 2018 |
| 18 | Jorge Miguel Abreu Dias | COMUNICAÇÃO DE MARKETING NUMA ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS - UM CASO DE ESTUDO SOBRE A ATIVIDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES - ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES DO ISCTE-IUL | Inglês | Iscte | 2018 |
| 19 | Mariana Martins Domingues Castelo Carrilho | Preopamo-nos com mais do que cabelo - Salon Emotion, a chave para L'Oréal Professionnel manter a sua liderança. | Inglês | Iscte | 2018 |
| 20 | Filipa Fernandez Veiga da Silva | A diferença cultural entre os consumidores Portugueses e Espanhóis: a estratégia da Science4you | Inglês | Iscte | 2018 |
| 21 | Inês Bernardo dos Santos | Customer Satisfaction and its relation with a positive NPS | Inglês | Iscte | 2018 |
| 22 | Graça Maria Porto Temudo Pires de Oliveira | O Negócio da Publicidade no Contexto de um Operador Postal | Português | Iscte | 2017 |
| 23 | Lia Barbieri da Nóbrega | Promotion of Sustainability in Higher Education Institutions: ISCTE-IUL | Inglês | Iscte | 2017 |
| 24 | Inês Ferreira Lourenço Pinto | How can Store Atmosphere be Applied in Sonasol Brand | Inglês | Iscte | 2017 |
| 25 | Marta Isabel dos Santos Brito Patrício | Crescer em Tempos de Crise: caso de rebranding Compal | Português | Iscte | 2016 |
| 26 | João Filipe Ramos Pereira Gens | Implementação de CRM na Ordem dos Engenheiros | Português | Iscte | 2016 |
| 27 | Osvaldo Miguel Pereira Cordeiro | O Reposicionamento da Marca Landini no Mercado Português de Tractores Agrícolas | Português | Iscte | 2016 |
| 28 | Filipa Ribeiro do Couto | Lançamento de uma Nova Marca: Natur Troofs - Projeto Trofal S.A. | Português | Iscte | 2016 |
| 29 | Maria Carolina de Azaredo Raposo | Flagship Store Frutológica Compal | Inglês | Iscte | 2016 |
| 30 | João Francisco Vaz da Rocha Paes de Faria | A Marketing Plan For The Nintendo NX | Inglês | Iscte | 2016 |
| 31 | Ana Catarina de Almeida Fancaria | How to Conquer the 6th Continent - Lancôme Brand in Travel Retail | Inglês | Iscte | 2016 |

| | | | | | |
|----|--|--|-----------|-------|------|
| 32 | André Filipe Ribeiro Bettencourt Calado | Case Study: Create a Facebook Campaign to Launch the APP Matrix Color Lounge | Inglês | Iscte | 2016 |
| 33 | Ana Rita Belo Pereira Francisco | Marketing Persona Formulation and Content Strategy Analysis for PHC Software, SA | Inglês | Iscte | 2016 |
| 34 | Luís Alexandre Faria Gomes | Impacto do Relançamento de Marcas em Declínio - O caso da marca Flora | Português | Iscte | 2016 |
| 35 | Catarina Fernandes Dias | How Can Luxury Cosmetic Companies Leverage on Global Shoppers. The case study of Kiehl's since 1851 | Inglês | Iscte | 2016 |
| 36 | Vanda Cristina Badagola Murteira Vaz de Carvalho | A Necessidade de Adaptação dos Bancos à Realidade Digital | Português | Iscte | 2016 |
| 37 | André Lima Campino | Dollarshaveclub.com - A case study on how can the brand tone of voice enable a startup to become a viral sensation | Inglês | Iscte | 2015 |
| 38 | Carlota Alves Vieira Duque Neves | Reposicionamento do Restaurante Hippopotamus do Hotel Tivoli Oriente | Português | Iscte | 2015 |
| 39 | Maria do Carmo Orta Oliveira de Herédia Cordovil | A Communication Plan for the "1 Yogurt a Day" Program | Inglês | Iscte | 2015 |
| 40 | Carolina Safara Saiote | Danone's CRM Program "Alimenta Sorrisos": A development plan | Inglês | Iscte | 2015 |
| 41 | Ana Rita Guerreiro Torrinha Monteiro Teles | Plano de Comunicação Digital para a Marca Amanhecer | Português | Iscte | 2015 |
| 42 | Soraia Sofia Fernandes do Vale | A Social Media Marketing Plan for Galp Energia | Inglês | Iscte | 2015 |
| 43 | Miguel Lages Ribeiro Gomes Saúde | Sporting Clube de Portugal, a Social Media Benchmark in the Football Clubs' Sector | Inglês | Iscte | 2015 |
| 44 | Francisco Van Zeller de Moser | O Turismo da Cidade de Lisboa numa Perspectiva Cruzada entre a Procura e a Oferta | Português | Iscte | 2015 |
| 45 | Vânia Catarina Pereira de Barros Gregório | The Challenge of Enhancing a Luxury Brand Without Awareness in a Perfumery | Inglês | Iscte | 2014 |
| 46 | Ricardo António Teixeira Avelino | Marketing Communication Plan - Century 21 Global | Inglês | Iscte | 2014 |
| 47 | Cláudia Patrícia Ferreira da Silva Loureiro | Análise e Estratégia do Lançamento de Margarina Imperial | Português | Iscte | 2013 |
| 48 | Diogo Lopes Caramelo | Segmentation Model for an Electronics and Appliances Retailer in B2B Market | Inglês | Iscte | 2013 |

| | | | | | |
|----|--------------------------------------|--|-----------|-------|------|
| 49 | Celso Alves Martins | Albufeira: A Proposal for Brand Redefinition and Communication Plan | Inglês | Iscte | 2013 |
| 50 | Vera Sofia Gonçalves Silva | Go-To-Market Strategy for Video Call Through Television | Inglês | Iscte | 2013 |
| 51 | Raquel Rodrigues Antão | An Integrated Communication Plan for Herdade dos Arrochais | Inglês | Iscte | 2013 |
| 52 | Miguel Jesus Rito Calado | Brand Redefinition and Communication Plan for Grândola | Inglês | Iscte | 2013 |
| 53 | João Paulo Coelho dos Santos | Brand Extensions: A Marketing Plan for the Launching of a Tea Product Line Applied to LUSO | Inglês | Iscte | 2013 |
| 54 | Mariana de Brito Simões | Tourists' Insights of Historic Hotels: The Case of Pousadas de Portugal | Inglês | Iscte | 2012 |
| 55 | João Filipe Arrobas Correia de Matos | Análise da Estratégia Co-Branding no Sector Financeiro em Portugal - O caso da CGD | Português | Iscte | 2012 |
| 56 | Frederico Simões Amores | Optimus Kanguru - Novos Canais de Distribuição | Português | Iscte | 2012 |
| 57 | José Manuel Paulino Barambão | Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines como forma de Combater a Sazonalidade | Português | Iscte | 2012 |
| 58 | Helena Isabel Teixeira Torres | A relação entre a indústria das viagens e turismo em Portugal e o Facebook: Profissionalização da página do Facebook da Amadeus Portugal | Português | Iscte | 2012 |
| 59 | Sara de Azevedo Rodrigues | O Impacto das Redes Sociais no Relacionamento entre Marcas e Consumidores | Português | Iscte | 2012 |
| 60 | Mariana Trindade Ricardo | Plano para a Definição de Modelos de Segmentação para o Meo | Português | Iscte | 2012 |
| 61 | Carmen Sofia Mendes Garcia de Castro | Imagem das Marcas da Distribuição | Português | Iscte | 2012 |
| 62 | Inês Rubio Cabrita | Portuguese Online Searching and Buying Behavior for Personal Lifestyle Products and Services | Inglês | Iscte | 2012 |
| 63 | Joana Cláudia Estêvão Ramalho | Touristic Marketing: communicating a brand called Vila Real de Santo António | Inglês | Iscte | 2012 |
| 64 | Mafalda Isabel Biga Campanha | Digital Communication Plan for Renault Twizy | Inglês | Iscte | 2012 |
| 65 | José António Nobre Cardoso | Online Buying Behavior in Technological and Office Products | Inglês | Iscte | 2012 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-------|------|
| 66 | Inês Martins dos Santos Fidalgo Fonseca | L'Oréal Professionnel Homme "Redefining the Market with a New Extension | Inglês | Iscte | 2012 |
| 67 | Adelaide Sofia Marques Portela Batista | Food for Wine Lovers - A restaurant repositioning | Inglês | Iscte | 2012 |
| 68 | Madalena Piano de Abreu Castelo Branco | Being Traditional in the Global - Santini case study | Inglês | Iscte | 2012 |
| 69 | Rodrigo Gordicho da Costa Hipólito de Oliveira | -- | -- | Iscte | 2011 |
| 70 | Marta Isabel Pedrosa Ribeiro | Fidelização de Consumidores SKIP | -- | Iscte | 2011 |
| 71 | Steven Henriques Santos | Factores Competitivos: Mergulhando no turismo do Surf. | -- | Iscte | 2011 |
| 72 | Diana Ferreira Mota de Oliveira Ponte | -- | -- | Iscte | 2011 |
| 73 | Ana Catarina Correia Campos | As Extensões de Marca: Caso Dove Men+Care. | Português | Iscte | 2011 |
| 74 | Rita Gomes Alves | A Influência da Comunicação no Crescente Consumo de Produtos Grooming Masculinos. | -- | Iscte | 2011 |
| 75 | Bárbara Ramos Pais Silveira | Impacto da Gestão de Reclamações na Fidelização de Clientes | -- | Iscte | 2011 |
| 76 | Fábio Alexandre Rodrigues Nunes | Turismo Rural: Aldeia de Mofreita | -- | Iscte | 2011 |
| 77 | Ivan Miguel Pinheiro Pacheco Coelho | O Mercado dos Hostels: Análise e Estratégia de expansão de um caso de sucesso | Português | Iscte | 2011 |
| 78 | Margarida Távora Alves | -- | -- | Iscte | 2011 |
| 79 | Ricardo Manuel da Silva Veras Santos Reis | Jornal de Negócios: O Fim da Liderança no Mercado da Imprensa Diária Portuguesa | Português | Iscte | 2011 |
| 80 | Inês de Albuquerque Tomás Mateus | -- | -- | Iscte | 2011 |
| 81 | Maria do Carmo de Morais de Matos | O Relatório de Sustentabilidade da Matutano. | Português | Iscte | 2011 |
| 82 | Maria Sofia Godinho Quintino de Barros | Estudo sobre a Consumidora Portuguesa de Vinhos - O impacto das crenças na sua opção de beber vinho | Português | Iscte | 2011 |
| 83 | Teresa Alexandra Féria Gato Contreiras Revez | Comunicação Integrada da Marca Alentejo. | Português | Iscte | 2010 |

| | | | | | |
|----|---|--|-----------|-------|------|
| 84 | Luís Miguel de Jesus Simões Justino | A Internacionalização da Proóptica para Marrocos como Forma de Melhorar a Competitividade da Empresa | Português | Iscte | 2010 |
| 85 | Rita Gouveia Macedo Ferreira | A Imagem da SATA no Continente Português. | Português | Iscte | 2010 |
| 86 | Nuno Miguel Dias de Carvalho | Estratégias de Marketing na Banca Portuguesa: A Oferta de Trade Finance. | Português | Iscte | 2010 |
| 87 | Sónia Lourenço Olaio | CRM: A Importância da Relação One-to-One em Contexto da Crise Financeira. | Português | Iscte | 2010 |
| 88 | Artur Jorge Mendes Fernandes | Análise nas 4 Vertentes do Marketing-Mix no Lançamento do Alfa Romeo Mito. | Português | Iscte | 2010 |
| 89 | Ana Sofia Narciso Marques de Andrade Nunes | Novo Paradigma do Crédito Habitação | Português | Iscte | 2010 |
| 90 | Maria Teresa Marques Vidigal | A Imagem de Portugal como Destino Turístico em Espanha. | Português | Iscte | 2010 |
| 91 | Gonçalo dos Santos Ribeiro | Plano Estratégico de Comunicação para a Intertur S.A. | Português | Iscte | 2009 |
| 92 | Marco Emmanuel da Cruz Godinho | Um Estudo Exploratório sobre a Orientação de Marketing pelo Mercado. | Português | Iscte | 2009 |
| 93 | Maria Margarida Rodrigues Gonçalves Bettencourt | A Internacionalização do Compal Essencial para o Mercado Polaco. | Português | Iscte | 2009 |

Total de Citações

| | |
|------------------------|-----|
| Web of Science® | 243 |
| Scopus | 248 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. (2026). Nature-Based Tourism: Perceptions of Sustainability and Innovation in Business Models . World Development Sustainability. |
| 2 | Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2026). Business models for nature-based tourism companies: The adoption of sustainable requirements. Journal of Rural Studies. 124 - N.º de citações Web of Science®: 1 |

| | |
|----|--|
| 3 | <p>Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2025). Understanding sustainability and innovation in nature-based tourism business models: A systematic literature review. <i>Journal of Sustainability Research</i>. 7 (4)</p> <p>- N.º de citações Scopus: 2</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 2</p> |
| 4 | <p>Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (2023). Tourist-virtual assistant communication: the power of attachment and authenticity. <i>Anatolia</i>. 34 (4), 566-578</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 9</p> <p>- N.º de citações Scopus: 11</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 16</p> |
| 5 | <p>Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2022). You are only mine: Engage with voice assistant while find destinations and accommodations. <i>Journal of Promotion Management</i>. 28 (2), 189-204</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 10</p> <p>- N.º de citações Scopus: 18</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 19</p> |
| 6 | <p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2017). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. <i>Service Business</i>. 11 (2), 375-403</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 44</p> <p>- N.º de citações Scopus: 41</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 103</p> |
| 7 | <p>Pereira, H. G., Cardoso, M. & Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. <i>International Journal of Electronic Marketing and Retailing</i>. 8 (2), 136-156</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 2</p> <p>- N.º de citações Scopus: 9</p> |
| 8 | <p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: the mediating effect of satisfaction in tourism. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>. 30, 279-291</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 105</p> <p>- N.º de citações Scopus: 87</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 307</p> |
| 9 | <p>Pereira, H. G., Carvalho, A. & Portela, S. L. (2015). The managerial and economic effects of celebrity endorsement on consumer purchasing intentions. <i>International Journal of Latest Trends in Finance and Economics Sciences</i>. 5 (2), 898-909</p> |
| 10 | <p>Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. <i>Business Horizons</i>. 57 (6), 695-702</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 72</p> <p>- N.º de citações Scopus: 68</p> |
| 11 | <p>Miranda, N., Raminhos, R., Pereira, H. & Trigo, V. (2013). Video for Travel - an effective solution for applying video in the tourism domain. <i>International Journal of Innovations in Business</i>. 2 (2)</p> |
| 12 | <p>Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. <i>Journal of Marketing Education</i>. 35 (2), 191-200</p> <p>- N.º de citações Scopus: 12</p> |
| 13 | <p>Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. <i>Revista Turismo e Desenvolvimento/Journal of Tourism and Development</i>. 17/18, 695-706</p> |

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

| | |
|---|---|
| 1 | Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. & Rodrigues, J. (2020). Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras. Lisboa. Prime Books. |
| 2 | Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). Comportamentos de procura de informação e compra online. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal. |
| 3 | Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente. Lisboa, Portugal. Bnomics. |

- Editor de livro

| | |
|---|--|
| 1 | Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. Lisboa. B-nomics. |
|---|--|

- Capítulo de livro

| | |
|---|--|
| 1 | Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2020). Communication tools in the customer's journey: Application to the tourism sector. In Sandra Maria Correia Loureiro, Hans Ruediger Kaufmann (Ed.), Exploring the power of electronic word-of-mouth in the services industry. (pp. 288-316). Hershey: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 5 |
|---|--|

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

| | |
|---|---|
| 1 | Rebelo, J., Pereira, H. & Pinheiro, C. (2024). Examining banks' response to climate risks: Insights from Portugal. In Tawfiq Rkibi (Ed.), 2nd International Scientific Conference of Social Sciences and Technology School of Universidade Europeia: Abstracts. (pp. 51-52). Lisboa: Universidade Europeia. |
| 2 | Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2021). Virtual reality and artificial intelligence: Co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. In M. Claudia tom Dieck, Timothy H. Jung, Sandra M. C. Loureiro (Ed.), Augmented reality and virtual reality: New trends in immersive technology, Conference Proceedings. (pp. 239-250).: Springer. - N.º de citações Google Scholar: 3 |
| 3 | Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2020). The role of satisfaction when mediating loyalty: What's for in online tourism purchases?. In EURAM 2020 Conference Proceedings. Dublin: European Academy of Management. |
| 4 | Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings. (pp. 981-983). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations. |
| 5 | Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence in an area of smart cities. In 6th International AR VR Conference. |

| | |
|----|---|
| 6 | Pereira, H. G. & Salgueiro, M. F. (2019). What determines tourism loyalty?: The role of trust in online purchases of tourism products. In European Academy of Management Conference, EURAM 2019. Lisbon: European Academy of Management. |
| 7 | Marques, S., Lindo, V. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. Paris: Global Alliance of Marketing and Management Associations. |
| 8 | Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2019). Fashion and beauty advertising models' age and its impact on over 50 female consumers' purchase intention. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. (pp. 824-826). Paris: Global Alliance of Marketing and Management Associations. |
| 9 | Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Nunes, P. (2018). The relationships between portuguese banks and their customers in a recessionary context. In The Academy of Business and Retail Management (Ed.), 7th International Conference on Business and Economic Development (ICBED). (pp. 340-351). Nova lorque |
| 10 | Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. In 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018. (pp. 358-366).: The Academy of Business and Retail Management. |
| 11 | Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. In International Conference on Business and Economic Develpoment. (pp. 374-384). Nova lorque: The Academy of Business and Retail Management (ABRM). |
| 12 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. In International Conference on Business and Economic Develpoment. (pp. 68-78).: The Business & Management Review. |
| 13 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The mediating effect of satisfaction: Does it influences loyalty concerning online tourism purchases?. In Proceedings of the 45th European Marketing Academy Conference (EMAC). Oslo: EMAC. |
| 14 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. (pp. 205-217). Aveiro: Edições IPAM. |
| 15 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. (pp. 218-229). Aveiro: Edições IPAM. |
| 16 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference. (pp. 81-84). Stockholm: Stockholm School of Economics. |
| 17 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. In Enrique Bigné, EMAC 2014 Conference Chair (Ed.), EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. Valência: Universitat de Valencia. |
| 18 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. In Tourism and Ageing Conference 2014. |

| | |
|----|--|
| 19 | Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. In Tourism and Ageing Conference, 2014. Estoril |
| 20 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Pedro Dionísio (2014). Online Buying Behavior in Technological and Office Products. In Shopper Marketing & Pricing Conference Proceedings.: Published by Stockholm School of Economics. |
| 21 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. In International Network of Business and Management Journals (Ed.), International Network of Business and Management Journals. Barcelona: International Network of Business and Management Journals. |
| 22 | Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. In EIRASS. Philadelphia |
| 23 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. In EIRASS. Philadelphia |
| 24 | Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. In International Network of Business and Management Journals. Lisbon |
| 25 | Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. In International Network of Business & Management Journals. |
| 26 | Costa, I. & Pereira, H. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. In International Network of Business & Management Journal. Lisboa |
| 27 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. In International Network of Business and Management Journals – INBAM. Lisbon: INBAM 2013. |
| 28 | Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. In Universidade de Aveiro (Ed.), INVTUR 2012. (pp. 0-0). Aveiro |
| 29 | Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Pereira, H., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). VIDEO FOR TRAVEL An effective solution for using video in the tourism domain . In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka |
| 30 | Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka |
| 31 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. In European Marketing Association (Ed.), EMAC 2012. (pp. 294-295). Lisboa |
| 32 | Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in tourism. In Proceedings of the EMAC 2011 Conference. (pp. 0-0). Ljubljana |

| | |
|----|--|
| 33 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . In EMAC (Ed.), European Marketing Association Conference 2010. (pp. 0-0). Copenhaga: EMAC. |
| 34 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. In Academy of Marketing Conference. (pp. 0-0): Academy of Marketing. |

- Comunicação em evento científico

| | |
|----|--|
| 1 | Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 - European Academy of Management Conference. |
| 2 | Pereira, H. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 ONLINE CONFERENCE THE BUSINESS OF NOW: THE FUTURE STARTS HERE. |
| 3 | Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence: co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. 6th International AR VR Conference: Augmented Reality and Virtual Reality - New trends in immersive technology. |
| 4 | Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). What determines Tourism Loyalty? The Role of Trust in Online Purchases of Tourism Products . EURAM European Management Conference. |
| 5 | Marques, S. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference. |
| 6 | Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). FASHION AND BEAUTY ADVERTISING MODELS'AGE AND ITS IMPACT ON OVER 50 FEMALE CONSUMERS' PURCHASE INTENTION. GAMMA 2019 - Global Fashion Management Conference. |
| 7 | Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD. |
| 8 | Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2018). The relationship between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. ICBED 2018. |
| 9 | Araújo, M., Pereira, H. & Marques, C. (2017). Creative Tourists in Rural Regions: How do they behave regarding to creative experiences?. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017. |
| 10 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Development. |
| 11 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development. |
| 12 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does is influences Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. European Marketing Academy 2016. |
| 13 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC. 205-217 |

| | |
|----|---|
| 14 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. 218-229 |
| 15 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. 43th |
| 16 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014. |
| 17 | Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014. |
| 18 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. International Network of Business and Management Journals. 4 |
| 19 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference. 81-84 |
| 20 | Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. |
| 21 | Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. |
| 22 | Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 23 | Pereira, H. & Costa, I. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 24 | Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 25 | Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 26 | Pereira, H. & Mateus, I. (2012). A Study about the Relation between Brands and Fans in the Facebook. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science . |
| 27 | Alves, R., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). The influence of communication on the increased consumption of male grooming products. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science . |
| 28 | Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as. INVTUR 2012. |
| 29 | Pereira, H., Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). Vídeo for Travel An effective solution for using video in the tourism domain. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) . |
| 30 | Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) . |

| | |
|----|---|
| 31 | Pereira, H. & Lage, M. (2012). Market Driving Sustainable Trends. EMAC 2012. |
| 32 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. EMAC 2012. |
| 33 | Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in Tourism. The European Marketing Academy Conference. |
| 34 | Santos, M-C., Martins, L.M. & Pereira, H. (2011). Marketing Planning modulul 4, Support for the International Master of Entrepreneurship and Venture . TREPAN Program supported by Union European, Romanian, University of Craiova and ISCTE-IUL. |
| 35 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating specific online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . 17th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies. |
| 36 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction . The European Marketing Academy Conference. |
| 37 | Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference. |
| 38 | Pereira, H. & Rita, P. (2008). The influence of Relationship Marketing and other motivational factors in the satisfaction and loyalty of online purchase of tourism products. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) International Conference. |

Cargos de Gestão Académica

Director (2020 - 2021)
Unidade/Área: Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo

Director (2018 - 2020)
Unidade/Área: Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo

Director (2017 - 2018)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Coordenador (2017)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial

Coordenador (2017 - 2018)
Unidade/Área: [0225] Gestão de Topo em Hotelaria

Coordenador (2016 - 2017)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial

Sub-diretor (2015 - 2018)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: Mestrado em Marketing

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: Mestrado em Marketing

Prémios

Prémio Pedagógico ISCTE-IUL (2015)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Projectos (2014)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2011)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2010)

Organização/Coordenação de Eventos

| Tipo de Organização/Coordenação | Título do Evento | Entidade Organizadora | Ano |
|--|--|------------------------------|------------|
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | A Revolução do Pricing e Distribuição em Hotelaria | INDEG-ISCTE | 2016 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Novos Modelos de Negócio em Hotelaria | INDEG-ISCTE | 2016 |
| Membro de comissão organizadora de evento científico | Tourism and Ageing | Audax-IUL | 2016 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Estudo O comportamento bancário do novo emigrante | Marketing FutureCast Lab | 2015 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Estudo Comportamento de Compra de Seniores Portugueses | Marketing FutureCast Lab | 2015 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Estudo Os Jovens Portugueses | Marketing FutureCast Lab | 2015 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Estudo Best Practices in Social Media | Marketing FutureCast Lab | 2014 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Paradigm Shift | Marketing FutureCast Lab | 2013 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | Estudo "O novo Normal" | Marketing FutureCast Lab | 2013 |
| Membro de comissão organizadora de evento não científico | New Trends in Marketing | Marketing FutureCast Lab | 2012 |
| Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL | Comportamento de Pesquisa e Compra Online | CCP | 2012 |